

“文化+直播”人气爆表 “国潮消费”弯道超车

融入了中国文化、中国元素,尤其是凝结了传统文化的产品,切准了人们对东方美学的认同,同时伴随消费和审美升级,成为消费场域里美好生活的一种指征

□ 陈 龙

国潮,正在弯道超车——上海“五五购物节·品质生活直播周”日前启动,首日大直播中,永久牌自行车在抖音亮出了一句新消费豪言。

同一天,密布满城的直播间似乎都能为这句豪言找到佐证。小红书的直播间里,被“种草”的用户齐刷刷“求链接”“求地址”,海派旗袍壹楼兰汇聚了单场24万人气值;东方网的直播开进了七宝非遗手作集市,汉服体验成了其间最为热闹的项目。回溯前两天的预热活动,回力球鞋与上海美影厂联手在葫芦娃上做文章,“如意”系列的最新款,销售额已超300万元。翻翻“品质生活直播周”的排片表,大白兔、蜂花等国潮也将通过拼多多、美团等融入“直播第一城”的节日。

人们谈“国潮”,谈的是什么?拼多多副总裁陈秋这样拆解:“狭义地看,新的产品设计中融入了中国文化、中国元素,尤其是凝结了传统文化,便是国潮。它切准了人们对东方美学的认同,同时伴随消费升级和审美升级,成为消费场域里美好生活的一种指征。而更广义地看,中国经济的整体发展向好,我们的社零总额达41万亿元,那些强调中国自主设计的、契合更高标准中国制造的产品,都能称为国潮。”

在他看来,海派文化、上海老字号、申城非遗等都是“上海文化”品牌中具有国潮可能性的内容,而上海有着“直播第一城”美誉。“文化+直播经济”的模式建立,文化所指向的美好生活理念在直播间里被放大,一条崭新的国潮消费“超车

道”,就可能在上海显现。

文化理念越来越被重视

珍珠、盘锦绣、白芍、重工旗袍……材质、工艺名词一个个在直播间里抛出,弹幕里有人喊话“蹲老师的笔记”,附和者一片“从未想到海派旗袍如此美丽”。笔记,小红书平台的社交方式,用户们发笔记或图文、或视频,传递分享自己眼中的美好生活。有人要“蹲”笔记,意味着写笔记的人“种草”成功了。

6月1日午后1小时,主播陈逸慧带着网友在壹楼兰的海派旗袍“大衣柜”里挑花了眼。从亲民的日常款换到施华洛世奇联名款,再到代表海派旗袍经典的镇店之宝,不重样的风格赢得热烈的弹幕“每一件都好看”“婚礼预定”。主播替大家试穿的当口,品牌设计师接管直播间,给屏幕前潜在的消费者讲品牌故事、讲每一件旗袍都有自己美丽名字的精心设计。“墨色竹韵”融合了西方的材质、中式的竹文化,“辉羽幻瑛”则是中式美学的线条与创新材质的创意结合。海派旗袍糅进海纳百川的文化,“听课”与“看换装”,设计背后的文化与直播间消费的体验式场景,相得益彰。一小时倏忽而逝。

小红书合伙人、党支部书记曾秀莲表示,许多人也 perhaps 自己所想象的更为看中消费承载的文化理念,平台所做的,就是在捕捉到用户需求后,用各自的方式激发出新的消费空间。“小红书上,关于旗袍的笔记超过8万篇。旗袍是极具海派文化特质的服饰,我们由此想到,发挥小红书长期深耕生活方式领域的优势,以及互动直播的差异化特点,输出上海的品质生活理念,将上

海丰富的文化、文创消费资源,推荐给更多对品质生活有追求的用户。”

换言之,用户对海派文化的需求一直在。平台此次直播的积极反响,印证了文化理念在催动消费欲望时越来越高的比重。

文化认同成为消费新增长点

拼多多为这次“品质生活直播周”准备了5天的“赛道”。围绕上海老字号、经典文创、时尚生活等五大消费需求,该平台将投入不低于1.5亿元的现金及优惠券补贴,以及超过3亿元营销资源,通过线上的“品质生活”专场与线下千店大联播,为上海市民的美好生活添砖加瓦。其中,

回力、蜂花、百雀羚、光明大白兔等都是老字号换上了新面孔。

据陈秋回忆,拼多多其实从2019年5月就推出了“上海老字号新电商计划”。以蜂花护发素为例,这款上海市民记忆里的高性价比好货,在携手拼多多订制后,无硅油的“蜂花大家乐”在该平台的销售增长规模超过400%。更重要的是,拼多多为蜂花带去了宝贵的需求数据,为产品线升级提供了方向——既然“无硅油”是现今消费者对于护发产品的集中性需求,老字号何不抢滩市场?

“相同的产品功能,但因为文脉上的亲近、文化上的认同,是老字号赢得消费新增长点的切入口。”邵毓斌是近年

来专注开发海派伴手礼的专业人士。在他看来,让产品变成海派文化“可阅读”的一种载体,是能激发国潮消费新空间的重要方式。

无独有偶,另一场即将开启的直播中,光明与美团合作,光明大白兔雪糕尚未登场,已经预定了极高的关注度。凤凰自行车到东方网讲什么故事,上海家化又会在抖音开启怎样的东方美学新篇章;而奶茶、香水、润唇膏、服装、包包等商品又会被加上我们熟悉的哪一样联名品牌?这些,不仅是产品形象上的再设计,更是借用文化的活力、凝聚力,拉动内需、释放消费潜力。这样的片段,近期正在申城上演。



梵高艺术沉浸式体验展吸引市民

日前在浙江杭州举行的“心灵的畅想——梵高艺术沉浸式体验展”,以360度全息全景视频影像技术等,还原梵高200余幅画作,吸引市民参观。图为观众沉浸于全息全景视频影像还原的梵高作品中。

王刚 摄

书 评

东山人民为什么“先祭谷公,再拜祖宗”

《谷文昌的故事》用事实告诉读者,他是一个一心一意为老百姓办事,默默无闻甘于奉献的好干部

□ 原上草

俗话说,作为干部,金杯银杯不如百姓的口碑。而福建省东山县原县委书记谷文昌去世多年后,当地老百姓还在每年祭拜他,并发自内心的说出“先祭谷公,再拜祖宗”这样的话,可见谷文昌在老百姓心中的地位有多高。

谷文昌到底是个什么样的人?他为何就那么让东山百姓念念不忘?《谷文昌的故事》用事实告诉读者,他是一个一心一意为老百姓办事,默默无闻甘于奉献的好干部。这本书分一心为党谋、俯首为人民、铁肩担责任、清风遗后人4部分,共55个故事。每个故事看似普普通通、语言无华,但通过实事求是、朴素见真的故事叙述,一点一滴把谷文昌的所作所为及东山县的历史变化交待得清清楚楚。

谷文昌生于1915年10月15日,是河南省林县石板岩乡郭家庄村人。自小读过几个月的私塾,后因家贫欠地主家的债而给地主放牛抵债。之后,种田、学石匠手艺、当石匠,再后来当农会主席、入党,当区长、区委书记等。1949年1月被编入解放军南下部队,1950

年5月随部队解放福建东山岛。随后又听从党的安排在福建东山工作,先后任区委书记、县委组织部部长、县长,1955年4月~1964年3月任东山县委书记。因工作成绩优异,1964年,谷文昌改任福建省林业厅副厅长。5年之后,被下放劳动改造,改造期间还任过宁化县隆破水库工程总指挥。1972年,谷文昌上任龙溪地区(今漳州市)林业局局长、龙溪地区农委主任,1978年任龙溪地区行署副专员。1981年1月30日在漳州因病去世,终年66岁。

从书中我们得知,谷文昌的家乡就是创造了人间奇迹红旗渠的河南林县,从他的身上我们也感受到了那种战天斗地的精神气势。

福建东山县原为东山岛,刚解放时岛上只有6万人,而且很多家庭都是国民党部队的家属,那是因为国民党在离开东山岛之前强拉壮丁造成的。当时的岛上树木稀少、岩石裸露、土地沙化、淡水奇缺,人民苦不堪言。资料显示,“昔日东山,一年刮6级以上大风的时间超过150天。而194平方公里的土地上,仅有林木147亩,森林覆盖率仅为0.12%。狂风起时,

沙尘滚滚、遮天蔽日。”东山人民长期被风、沙、旱、涝压得抬不起头、喘不过气。那里流传着这样的民谣:“春夏苦旱灾,秋冬风沙害。一年四季里,季季都有灾。”“微风三寸土,风大石头飞。”在如此恶劣的环境中生存,相当一部分人吃不饱饭,外出逃亡者占1/10。

共产党人到了这样的地方,面对各种困难没有被吓倒。谷文昌作为党派来的干部,与当地干部和百姓一起在东山岛上开始了改天换地之旅。从书中叙述的故事看,谷文昌身上有很多闪光点。

一是他在执行实施党的政策时,能够坚持实事求是原则。比如,在1957年打右派之后,他很关心右派家属,而且针对一些被划成右派的人的特长,适当安排工作,让他们有事做,继续为人民发挥作用。再比如,1958年全国兴起大炼钢铁运动,当人们毁锅砸鼎炼钢时,他感到不正常,他更焦虑的是东山没有燃料资源,当有人要砍400多年的老榕树当柴烧时,他阻止了。他看到了浪费民力的状况,尖锐地指出,“看一块赤石子,就是说铁矿。看见一个蚝镜片,就是说云母

矿。一夜报矿40种,真是乱弹琴。”“能不能炼钢,还是先搞两个炉子试试。”他让人在县委大院里支起两个炼钢炉子,烟熏火燎的折腾了几天,炼出的都是废渣,于是大炼钢铁在东山也就不了了之。

二是谷文昌善于观察思考、开动脑筋,利用先进技术改善当地人民生活条件,提高生产力。比如,谷文昌在工作中精心钻研水稻种植技术,成为水稻土专家后,被下放到山区农村的一个大队,那个大队粮食单产仅300斤,他指导村民改串灌为轮灌,改高秆疏植为低秆密植,增加土壤肥力。3个措施一实施,水稻果然大丰收。再比如,东山岛上本来沙化严重、植被不足,最需要植树,但一般树木栽在岛上极难成活。谷文昌带着干部群众,遍岛考察、遍查资料,最后发现木麻黄适合在岛上生存。于是他们克服无数困难,一次次试验,终于使木麻黄在岛上普及。然后又在木麻黄的背后种上松树、果树和各种花草。经过10多年的苦干终于让从前灾害频繁、光秃一片的东山岛变成了花果飘香、绿树成荫的美丽新世界。

三是谷文昌处处作表率,实干在前,有改天换地的气派,有让百姓过上好日子的决心。东山岛本来是个离岛,谷文昌和他带领的干部们,为了让群众生活更方便,让东山经济发展上去,他们在上级领导支持下,与广大群众一起苦干加巧干,筑大坝、修公路,让离岛变成了半岛,彻底改变了东山经济社会发展的条件。

四是谷文昌一心跟党走、奉献自己,但他对自己、对家人却要求极严。谷文昌在东山县、漳州市或省城工作几十年,说来也算当地的一个领导干部了,但他从不谋私利,也没有利用手中权力安排子女工作或让子女占公家的一点便宜,只知为百姓谋利、为百姓实干,从不考虑个人得失。

也许正是因为他的实干、智慧和胸怀百姓、无私忘我的精神感动了东山人民,在他死后,东山人民给他立了碑,建了纪念馆。每到清明节,很多东山人来到这里祭拜他,而且喊出“先祭谷公,再祭祖宗”的心声。习近平总书记得知这种情况后,写道:“福建东山县的县委书记谷文昌之所以一直受到广大干部群众的敬仰,是因为他在任时不追求轰轰烈烈的‘显绩’,而是默默无闻地奉献,带领当地干部群众通过十几年的努力,在沿海建成了一道惠及子孙后代的防护林,在老百姓心中树起了一座不朽的丰碑。”

文化资讯

文化和自然遗产日将举办非遗购物节

本 报 讯 6月13日是2020年文化和自然遗产日(以下简称遗产日),文化和旅游部在遗产日前后将集中开展系列非遗宣传展示活动。据悉,今年的遗产日非遗活动以网络平台开展为主,各地的线下活动在服从当地疫情管控的各项要求和规范下举行。

今年遗产日非遗活动主题为“非遗传承 健康生活”,重点围绕传统体育、传统医药和餐饮非遗项目,挖掘非遗在促进大众身心健康方面的典型案例,宣传非遗在疫情防控中的积极作用。

遗产日非遗全国主会场活动“云游非遗·影像展”由中国演出行业协会联合几家网络平

台共同承办。1000余部非遗传承纪录影像、非遗题材纪录片将在线进行公益性展播,同步推出“拥抱身边的非遗”系列专题片,各平台将发起“走近非遗”“我的非遗手艺”等话题。6月8日起,相关内容将陆续上线,“云游非遗·影像展”及相关活动将持续到6月14日。

遗产日期间,多家网络平台将联合举办“非遗购物节”,非遗相关单位、企业和非遗扶贫就业工坊将在各网络平台开展销售活动。各地也将在确保疫情防控安全的前提下,在历史文化街区、非遗老字号等场所组织开展形式多样的线下“非遗购物节”活动。

(郑海鸥)

国家大剧院恢复参观 线下演出尚待重启

本 报 讯 受新冠肺炎疫情影响,闭门4个多月的国家大剧院6月2日迎来观众,但目前开放仅限公众参观,线下演出的全面重启尚无时间表。

6月2日一早,预约参观的观众就已经在大剧院北门排起长队。上午10:00整,国家大剧院副院长朱敬带领工作人员在北门安检入场口迎接观众们的到来,并为观众送上纪念封和明信片。

朱敬表示,为做好疫情防控,国家大剧院建立预约制度,并制定了详细的参观游览方案。恢复参观后,国家大剧院实行实名制预约参观,每日预约参观人数限额600人,开放参观时间调整为每周二~周

日10:00~16:00。每位进入剧院参观游览的观众都需要进行体温检测及健康码核验,确保防控措施到位。

提及观众最为关心的重启演出,朱敬表示,尽管全面的线下演出重启尚无时间表,但剧院将在接下来进行一些线上、线下双轨的音乐会,“从6月6日起,我们计划实施线上、线下双线并行的音乐会,将特邀部分观众到剧院来参与。”

“同时随着疫情趋稳向好的态势,我们也会适时推出线下演出,特邀医务工作者代表、基层社区代表和会员代表等前来观看,以感谢医务人员和一线工作者在抗疫中的突出贡献。”朱敬说。

(高 凯)

《爆笑两姐妹》收获口碑和商业价值

本 报 讯 2019年以来,在很多视频网站和短视频应用上,一对可爱而又搞怪的动画小姐妹成为风靡全国的人物。她们就是目前全网已经坐拥2000多万粉丝的动漫IP《爆笑两姐妹》中的主角。而她们的成功则要归功于该作品的导演、青年动画艺术家马晓俊。毕业于北京电影学院的他,除了目前红极一时的《爆笑两姐妹》外,也曾执导过多部长篇和短片动画,包括曾经获得中国科普作家协会优秀科普作品奖的《鱼龙勇士》,以及中国(北京)大学生动画节 ASIFA 中国奖的动画短片《诺言》。

从业至今的10多年中,马晓俊一直想要打造一款适合现在年轻人喜欢的动画IP,并希望将其培养成能够贴近现代中国人生活的品牌动画。因

此,《爆笑两姐妹》从选材上就选中了能够反映当下二胎问题,并且选取年龄偏差比较大的一对小姐妹作为故事的主角。在形象的设计上也下足了功夫,更偏向了大众审美,从而让更多的粉丝接受。在核心的内容创作上,区别于单纯的搞笑,《爆笑两姐妹》在搞笑的同时充分展现出了现实主义的严肃精神,用轻松的方式探讨了一些引起社会反思的问题,接地气的同时也不会显得乏味。

接下来,马晓俊将继续创作更多有意思的故事,而此IP的受众面很广,可以同时争取更多的授权合作。二者相辅相成,更好地推广《爆笑两姐妹》,让这个IP在收获口碑的同时也能带来更多的商业价值,成为国内最具影响力的动画IP之一。

(何圣勇)

四川力士达寄语小朋友茁壮成长



新苗茁壮,希望如火,摇篮里蓬勃着未来。5月30日,由四川力士达集团和力士达关工委、力士达党支部、力士达工会联合举办的“六一”主题活动。力士达红色家园依旧别样红,不缺席每一个重要的节日,不越过每一位家人的成长,“六一”儿童节也不例外。妙趣横生的互动、精彩好玩的游戏,精心挑选的礼物以及发自肺腑的长辈寄语,都只愿暖心祝福换来力士达大小朋友的开心笑颜,愿力士达的大小朋友们都度过一个有仪式感的儿童节。图为四川力士达集团总裁、红色家园大家长郑道昌为小朋友书写寄语。

本报记者 曾 华 摄